

A VISIBILIDADE DE DILMA ROUSSEFF NAS REVISTAS VEJA E ISTO É: reflexões sobre o enquadramento visual na mídia impressa¹

THE VISIBILITY OF DILMA ROUSSEFF AT VEJA AND ISTO É MAGAZINES: Reflection about the visual framing on the press media

Janaína Gomes ²

Resumo: *Este estudo fornece resultados preliminares que direcionarão uma análise de imagem pública de Dilma Rousseff em fotografias de capas de revistas e jornais de circulação nacional durante os dois mandatos. Os pressupostos teóricos permeiam o processo de contextualização da imagem pública (GOMES, 2004; 2008; WEBER, 2004) e sua correlação com as pesquisas de opinião e agenda midiática. Trata-se de um estudo exploratório, qualitativo, onde são observados o agendamento e sua correlação com a visibilidade pública à partir da tematização e tom em que as notícias foram construídas (PARRY, 2010). Até o presente foi constatado que no primeiro mandato houve um número menor de capas em relação ao segundo nas duas revistas, principalmente na Revista Isto É. Os resultados permitem evidenciar o descompasso da agenda das revistas analisadas com as avaliações positivas do primeiro mandato, e o alinhamento temático com o posicionamento negativo das pesquisas durante o segundo mandato.*

Palavras-Chave: *Imagem Pública. Agenda setting. Enquadramento Visual.*

Abstract: *This paper offers preliminary results that will address an analysis of Dilma Rousseff's public images in photographs of magazine's covers and newspaper in circulation over during both of hers terms. The theory assumptions permeate the contextualization process of public images (GOMES, 2004; WEBER, 2004) and their co-relations with the opinions research and agenda setting. It is about an exploratory, qualitative study where is possible to observe the scheduling its co-relation with the visibility and the silencing (PARRY, 2010). Until the present days was establish that in the first mandate there was a lack of covers if compare the second one in both magazines, mainly on Isto É magazine. The results must be in depth, but allow evidencing the magazines mismatch when analyzed with the positives valuations of the first mandate and the alignment negative positions in research during the second term.*

Keywords: *Public Image. Agenda setting. Visual Framing.*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Propaganda e Marketing Político do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), de 10 a 12 de maio de 2017.

² Professora Adjunta – Departamento de Ciências da Comunicação/UFSM, campus Frederico Westphalen. Doutora em Agronegócios (UFRGS) e Pós-Doutorado efetuado no PPGCOM/UFRGS. E-mail: jgomes.fw@gmail.com

1. Introdução

A informação veiculada pela mídia vem se consolidando como campo de pesquisa no estudos sobre política e como fonte de pesquisa de recuperação histórica e de contextualização política. Nesse contexto, as mídias impressas representam um importante meio de comunicação, desde seus primórdios, como canal de informação das elites (SCHUDSON, 2002). O estudo da mídia se configura pelo reconhecimento deste suporte hegemônico de troca de informações, principalmente com o avanço tecnológico dos meios de comunicação, ao longo do século XX (MIGUEL, 2002; GOMES, 2004).

Os meios de comunicação constituem o campo de estudo da Imagem Pública, preocupação de pesquisas que tinham como objetivo elucidar a relação entre as tecnologias de comunicação e as mudanças nas formas de interações sociais estruturadas no âmbito de uma sociedade de massa globalizada, organizada em um campo simbólico de distribuição de informação e controle, sustentado pela visibilidade e pelo reconhecimento (GOMES, 2004).

Constata-se, neste ambiente repleto de mensagens visuais veiculadas em meios de comunicação diversos, que esse processo se constrói em meio a “certezas e dúvidas do espectador, em relação à informação e seu autor” (WEBER, 2004, p. 260). As certezas do espectador em relação à comunicação visual, que chega em volume cada vez maior e invade o cotidiano do espectador, remetem, inicialmente, às características que foram herdadas pela própria história da fotografia, quando no final do Século XIX, o homem foi destituído da responsabilidade única da reprodução de imagens (BENJAMIN, 1985). No século XX, com a profissionalização do jornalismo e das empresas de comunicação (MAUAD, 2005), bem como o surgimento do fotojornalismo moderno (SOUSA, 2000; 2002), a fotografia se consolidou como um espaço de testemunho da realidade e possibilitou contar a história da humanidade a partir da imagem (MAUAD, 2005). O referido período marcou, portanto, a ascensão da técnica em todas as esferas, inclusive no campo do trabalho, das ciências e da política. Nesse percurso, a imagem, expressada pela fotografia, foi considerada como espelho da realidade (OLIVEIRA; VICENTINI, 2009; DUBOIS, 1993).

As dúvidas que envolvem as imagens veiculadas pela mídia surgiram quando foi possível perceber a estrutura de um processo produtivo que se profissionalizou ao longo do tempo e inseriu variáveis que caracterizam a imagem como uma transformação do real (MAUAD, 1996), por ser construída pelo olhar, e, portanto, por pontos de vista (ANTUNES, 2007; SANTAELLA, 2005). O reconhecimento das interferências da fotografia com o que ela testemunha ou prova (BUTLER, 2015) é ampliado por uma série de recursos narrativos para sua concepção e exige controle de um determinado saber técnico por parte de quem a produz (DUBOIS, 1993; MAUAD, 1996; MANINI, 2002). Todos esses fatores influenciam na significação da comunicação visual com base na fotografia.

Nos últimos anos, a imagem veiculada pela mídia ultrapassou o campo visual e colocou-a como autônoma da existência e da realidade. Nesse contexto, há uma necessidade de elucidar a moldura construída pela mídia a partir da contextualização, tematização, análise da temporalidade, observação de conhecimento técnico e estético (BUTLER, 2015). O campo de estudos que empreende esforços para compreender as possibilidades de interpretação das imagens veiculadas na mídia é o enquadramento visual ou *Visual Framing*. O enquadramento visual considera os atributos polissêmicos das imagens que podem ser interpretadas a luz do enquadramento imagético oferecido pelos jornais, sob o ponto de vista da produção noticiosa e as características da notícia em si (SCHUDSON, 2002), bem como o contexto de seleção e omissão presentes na imagem e no conteúdo verbal a ele relacionado (PARRY, 2010).

Nos últimos anos o Brasil enfrenta problemas econômicos e sociais históricos, agravados por uma crise mundial, que afeta a maior parte da população brasileira. Combinado a isso, a onda de denúncias de práticas de corrupção em órgãos públicos, envolvendo lideranças políticas importantes, instauraram um momento de insegurança que está refletindo no modo com que a mídia trata as questões políticas. Mais especificamente, este trabalho empreende esforços para estudar a imagem pública de Dilma Rousseff, cuja representação na mídia tem sido relacionada a “uma construção identitária pejorativa, estereotipada e deslegitimada” (BARBARA; GOMES, 2010, p. 311).

O desafio identificado neste trabalho está em contextualizar as informações que caracterizam o sujeito político num cenário composto de um rico conjunto de informações textuais e visuais. Da mesma forma, para a classificação de informações e pesquisa, a identificação de tópicos de discussão ou detecção de opiniões associado aos temas investigados demandará um estudo mais prolongado e composto por muitas imagens. Nesse sentido, num primeiro momento, foi feito o levantamento e identificação da correlação da agenda midiática das Revistas Veja e Isto É e as consultas de avaliação de governo do Instituto Datafolha (2015). Dentre os elementos do enquadramento visual capazes de constituir ou desestabilizar a imagem pública de Dilma Rousseff, foi abordado, inicialmente o tom e a temática abordados nas capas analisadas.

O objeto do trabalho foi escolhido com base no lugar ocupado por Dilma Rousseff enquanto presidenta da república do Brasil, considerando este o grau de responsabilidade social. Considera-se, portanto, como informações pertinentes à pesquisa fotografias e textos na mídia relacionados a ações políticas que determinaram popularidade ou rejeição no âmbito das pesquisas de opinião e sob a concepção de agenda midiática e do enquadramento visual (BUTLER, 2015; PARRY, 2010; 2011; CORRIGALL-BROWN; WILKES, 2011).

O estudo faz parte do Projeto de Pesquisa Enquadramento Visual e Imagem Pública, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen, que iniciou as atividades em março de 2017, com apoio do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Pública e Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

2. Reflexões sobre o Enquadramento Visual na fotografia de imprensa

A fotografia é resultado de um trabalho social de produção de sentidos e utiliza alguns códigos convencionalizados culturalmente para que possa ser incorporada ao capital imagético de uma sociedade. Sob essa perspectiva, uma imagem não produz o visível e sim trabalha a interpretação e o efeito de sentido atribuído que depende do olhar de um sujeito (MAUAD, 1996).

A imagem pode ser compreendida a partir de esquemas de interpretação que permitem aos indivíduos identificar e classificar informações para que sejam utilizadas de forma eficiente, com base em padrões (GOFFMANN, 1993). Tais padrões são denominados quadros ou molduras e envolvem seleção e saliência. São consolidados pela utilização pontual, repetição eficiente e/ou pelo uso de símbolos culturais familiares ou facilmente identificáveis (ENTMANN, 1993; 2007). Esse processo tem como base o reconhecimento e envolve variáveis de inteligibilidade de sujeitos e efetivam os enquadramentos que levam a conclusões sobre uma determinada ação ou debate (BUTLER, 2015).

A função chave dos quadros é reduzir a complexidade do mundo, na medida em que seleciona alguns elementos da realidade, destacando aspectos e contextos, que produzem uma ideia organizadora central no processo de construção de uma narrativa que possa promover uma interpretação particular (GOFFMANN, 1993; ENTAMNN, 2007).

No entanto, “o enquadramento não mantém nada integralmente em um lugar, mas ele mesmo se torna uma espécie de rompimento perpétuo, sujeito a uma lógica temporal de acordo com a qual se desloca de um lugar para outro”. O que escapa do controle, proporciona uma ruptura com contexto. As diversas possibilidades de rompimento no contexto de construção da moldura também podem ser resultado das condições de reprodutibilidade e circulação de imagens, quando provoca reações de comoção, admiração, surpresa e provoca o outro, “dependendo de como o conteúdo é enquadrado” (BUTLER, 2015, p. 26).

A perspectiva visual estrutura a apreensão cognitiva sobre determinado tema, na medida em que possibilita a tomada de posição. Nesse contexto, as fotografias validam o ponto de vista que as câmeras oferecem. De um lado a interpretação parece ser construída por efeitos de angulação, foco, luz, entre outros aspectos de ordem técnica, e por outro, a interpretação está na própria fotografia que exerce efeito sobre o realizador da foto e o espectador. Dessa forma, a fotografia sustenta a realidade, pois serve como prova e como interpretação, pois fornece subsídios para a compreensão da realidade que está registrada, ou organiza a percepção (BUTLER, 2015).

O ato de ver o enquadramento envolve os efeitos estruturantes do que é denominado “realidade” (BUTLER, 2015, p. 114). Nesse contexto, o enquadramento possui normas sociais e políticas que controlam o que é perceptível em uma imagem, condicionando o campo visual, expressando o domínio da representabilidade e pode esconder a percepção sobre a realidade. A representação oscila no que está dentro e no que está fora do enquadramento:

As fotos não são apenas mostradas, são também nomeadas; a forma como são mostradas, o modo como são enquadradas e as palavras usadas para descrever o que é mostrado atuam em conjunto para produzir uma matriz interpretativa para aquilo que é visto.” (BUTLER, 2015, p. 121)

Entre os elementos estruturadores (ou estruturantes) da imagem que contextualizam a moldura efetuada pela mídia estão presentes atores sociais como fontes, jornalistas e membros do público que operam no universo da cultura compartilhada, com base em papéis socialmente definidos (PAN; KOSICKI, 1993).

Há uma relação entre fotógrafo, câmera e cena. As fotos representam uma cena que é a imagem visual preservada pelo enquadramento fotográfico. A câmera estabelece o campo de visão, que é o “elemento exterior constitutivo”. O fotógrafo é intermediário no enquadramento, mediador da relação entre a cena e o sentido social e político que ela comunica. Nesse contexto, torna-se condição pública a partir da indignação e construção de visões políticas que articulam as reações do espectador (BUTLER, 2015, p. 122).

As fotografias veiculadas pela imprensa adquirem importância especial por passarem por um processo de seleção do conteúdo a ser veiculado. Ou seja, a fotonotícia é uma imagem única que é escolhida por critérios específicos, a saber, “*aesthetic design, narrative fit, perceived impact and symbolism.*” (PARRY, 2011, p. 1189). Esse formato comunicacional estrutura os quadros onde a realidade é representada pelo fotógrafo e sofre uma seleção posterior, feita por editores treinados para definirem que tais imagens passarão a dominar visualmente o espaço da primeira página dos jornais porque “*These images would attract attention and have a strong impact on readers*” (FAHMY; KELLY; KIM, 2007).

Nesse contexto, o fotojornalismo, tradicionalmente, assumindo o papel de testemunhar a realidade, faz com que os fotógrafos de imprensa, rotineiramente, tentem equilibrar o realismo dramático e a originalidade das fotografias veiculadas com as reflexões éticas sobre a privacidade dos sujeitos envolvidos com a notícia (PARRY, 2011 apud, HOWE, 2002).

As fotografias de política que constroem a interpretação para a mídia tem características especiais. A maior parte delas tem sua contextualização em eventos com pouco conteúdo noticioso e que abrem espaço para a interpretação da conjuntura política. Segundo Marland (2012), são planejadas por profissionais e realizadas em atividades que são desenvolvidas para alcançar cobertura no âmbito das assessorias de comunicação. As fotografias oficiais e de pseudo-eventos constroem sua fama política em discursos, misturando o ator político com o público. Da mesma forma, faz parte dessa construção onde se enfatiza o caráter oficial que esse tipo de cerimônia possui, está presente a conotação que as imagens produzirão no contexto político, pois podem ser construídas a partir de expressões que fragilizam ou direcionam o texto para a argumentação desejada pela imprensa. Segundo o autor, o voyeurismo também faz parte desse universo e mistura a vida pessoal do ator político com sua vida pública.

Para interpretar a moldura da imagem veiculada é preciso compreender, portanto, os meios de comunicação que veiculam a mensagem, as rotinas de produção que veiculam a narrativa sobre o objeto estudado. Existe uma ligação entre o quadro efetuado pela mídia a partir da comparação das características narrativas dos próprios meios de comunicação analisados, de onde podem emergir temas e inclinações na cobertura, o que pode ser definido como uma narrativa visual mais ampla (PARRY, 2010; 2011; CORRIGALL-BROWN; WILKES, 2011). A análise do enquadramento está diretamente ligada à observação de diferentes meios de comunicação sobre o mesmo tópico, e a construção da moldura ou quadro onde a imagem é expressa pode ser percebida a partir do que é enfatizado ou negligenciado nas imagens veiculadas (BRANTNER, 2011).

A trajetória temporal da câmera também adquire status independente da cronologia da cena (BUTLER, 2015, p. 130). “A circulação indefinida da imagem

permite que o acontecimento continue a suceder”. Seu significado de prova de guerra ou de participação e perversidade, no caso das imagens de sofrimentos e tortura, vai depender de como é enquadrada discursivamente e como é veiculada pela mídia.

Nesse contexto, os elementos textuais auxiliam no estudo de enquadramento visual, na medida em que apresentam as características dos sujeitos retratados (idade, gênero, etc.), bem como são capazes de hierarquiza-los socialmente quando apresentam seus cargos e posições frente a cena, remetendo a um status de poder e legitimação frente ao público.

A nomeação efetuada para identificar os atores que aparecem na fotografia, sexo, idade (PARRY, 2011; CORRIGALL-BROWN; WILKES, 2011), constituem os elementos textuais relativos aos sujeitos envolvidos com a figura principal analisada no estudo. Na dimensão textual também pode ser inferida a tematização (PARRY, 2011) das notícias utilizadas para a construção de quadros temáticos (temas-chave) relevantes para o quadro particular sobre o sujeito a partir do texto circundante (título / legenda/ou matéria integral). Com a análise da dimensão textual pode-se avaliar o tom do conteúdo jornalístico. A atribuição de código de tom de natureza positiva, negativa ou mista/neutra da imagem, leva em conta aspectos visuais e textuais. Parry (2011), sugere uma categoria mista/neutra, quando palavras e imagens não são necessariamente legíveis de forma coerente e unificada.

3 Metodologia

Trata-se de um estudo exploratório, de natureza qualitativa, que conjuga análises advindas da Teoria do Agenda Setting e do Enquadramento Visual (PARRY, 2010), estabelecendo uma estrutura analítica preliminar onde é estabelecida uma “relação à composição e formação da agenda da mídia” (AZEVEDO, 2004, p. 53). Dessa forma, foram considerados temas ou assuntos relacionados à imagem de Dilma Rousseff em capas publicadas num período de 6 anos das revistas supracitadas.

A hierarquia estabelecida foi combinada pelo estabelecimento do atributo saliência (AZEVEDO, 2004) incorporando os parâmetros descritivos dos códigos de temática e tom. O código de tom ou tonalização refere-se a um tipo de construção textual relacionado com a natureza positiva, negativa ou mista/neutra da imagem, levando em conta aspectos visuais e textuais (PARRY, 2010; 2011). A categoria mista/neutra é atribuída quando palavras e imagens não são necessariamente legíveis de forma unificada (PARRY, 2011).

Como visibilidade será considerado, neste estudo, o contexto onde os meios de comunicação de massa estabelecem as relações sociais e políticas atuais. Mais precisamente o que Gomes (2008) denomina como a esfera de visibilidade pública (expositiva), onde é possível encontrar quadros interpretativos selecionados, “uma espécie de mundo, de horizonte de realidade” (GOMES, 2004, p. 143). Para efeito imediato o quadro interpretativo ficará restrito a identificação da tematização correlacionada com as pesquisas de avaliação de governo.

As revistas selecionadas para a análise fazem parte do contexto caracterizado como jornalismo de referência no Brasil, composto por jornais e revistas que exercem algum tipo de influência em seus países (MOLINA, 2007) e possuem atributos como credibilidade, tradição, orientação internacional e audiência de natureza diversa (ZAMIN, 2014).

A Revista Veja foi lançada em setembro de 1968 pela Editora Abril e a Revista Isto É, em 1976, pela Editora Três. Ambas fazem parte do conjunto de revistas de maior tiragem e circulação do país.

3.1 Coleta de Dados

A coleta de dados foi efetuada a partir do levantamento das capas das revistas estudadas em que a presidenta Dilma Rousseff foi capa de 2011 a 2016, seis anos.

O período do estudo compreendeu o primeiro mandato da presidenta Dilma que foi de janeiro de 2011 a dezembro de 2014. O denominado como segundo mandato compreendeu o período de janeiro de 2015 até 31 de agosto de 2016, data

em que o Senado Federal cassou o mandato da presidenta. Foram consideradas capas até essa data. Após a data de cassação de Dilma Rousseff, em agosto de 2016, a revista Isto É publicou uma capa com a imagem de Dilma Rousseff, na edição 2453 de 9 de dezembro de 2016, que foi descartada da amostra. A Revista Veja não possui capas a partir da data de cassação.

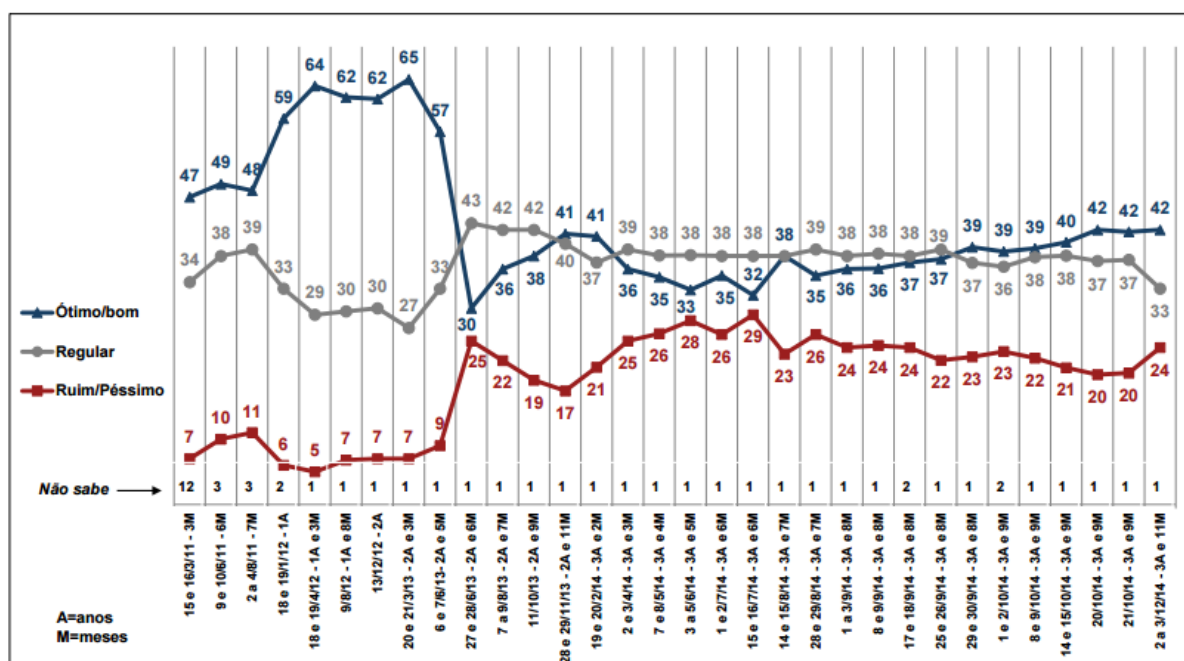
A última avaliação do governo Dilma veiculada pelo Instituto Datafolha e considerada por este trabalho durante este período ocorreu entre os dias 7 e 8 de abril de 2016 (DATAFOLHA, 2016), portanto, não houve correlação de capas em data posterior.

A categorização das imagens do jornalismo de revista obedece aos preceitos de produção da Ilustração Fotográfica. Segundo SOUSA (2002, p. 126), as ilustrações “podem ser fotografias únicas ou fotomontagens” desde sejam capazes de “gerar um determinado efeito” (SOUSA, 2002, p. 126).

4. Discussão e Resultados

Como foi declarado na metodologia, este trabalho utilizou a pesquisa de avaliação do governo de Dilma Rousseff efetuada pelo Instituto Datafolha (DATAFOLHA, 2015) para correlacionar as capas veiculadas pelas Revistas Veja e Isto É com a evolução da avaliação durante os dois mandatos, o que será feito a seguir.

Durante o primeiro mandato (2011 a 2014) foram realizadas 32 consultas e pode-se perceber pelo resultados que pode ser considerado um período de avaliações predominantemente positivas do governo Dilma Rousseff (FIG. 1).



Fonte: Na sua opinião a presidente Dilma está fazendo um governo ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo?
Base: Total da amostra - Brasil

FONTE: DATAFOLHA, 2015, n.p.

FIGURA 1 - Evolução da avaliação do governo de Dilma Rousseff – 1º mandato (estimulada e única, em %)

Como mostra a figura acima, no dia 21/3/2013 foi registrado o pico de avaliação positiva no período de 2011 a 2014, a saber 65% dos entrevistados avaliaram o governo como Ótimo/bom. No mesmo relatório do Datafolha é possível verificar que este índice de aprovação foi superado somente no governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em duas consultas: 72% em 2009 e 83% em 2010. Os demais presidentes não atingiram índice semelhante. O pico de avaliação negativa (Ruim/Péssimo) durante o primeiro mandato foi registrado na consulta efetuada entre os dias 15 e 16 de julho de 2014 e atingiu o valor de 29% da amostra. Neste período o índice Ótimo/bom atingiu o segundo valor mais baixo, a saber, 32%. O menor foi 30% na consulta efetuada entre os dias 27 e 29 de junho de 2013, quando a avaliação Ótimo/bom estava em 30%.

Durante o primeiro mandato da presidenta Dilma Rousseff, pode-se observar que a imagem da presidenta foi veiculada em capas de 13 edições da Revista Veja (TAB. 1)

TABELA 1 – Relação entre as edições da Revista Veja com capas veiculando a imagem da presidenta Dilma Rousseff e as consultas de avaliação de governo do Instituto Datafolha (2011 a 2014)

Nº	Edição	Data	Consultas Datafolha (*)	Avaliação Negativa (%)	Avaliação Positiva (%)	Ano	Nº Capas/Ano	% Capas (2011-2014)
1	2198	01/05/2011	---	---	---	2011	1	7,7
2	2262	28/03/2012	---	---	---	2012	1	7,7
3	2314	27/03/2013	20 e 21/3/2013	7	65	2013	3	23,1
4	2317	17/04/2013	---	---	---	2013		
5	2330	17/07/2013	---	---	---	2013		
6	2366	26/03/2014	---	---	---	2014		
7	2367	02/04/2014	2 e 3/4/2014	25	36	2014		
8	2371	30/04/2014	---	---	---	2014	8	61,5
9	2382	16/07/2014	15 e 16/7/2014	29	32	2014		
10	2389	03/09/2014	1 a 3/09/2014	24	36	2014		
11	2392	24/09/2014	---	22	37	2014		
12	2397	29/10/2014	21/10/2014	42	20	2014		
13	2399	12/11/2014	---	---	---	2014		
Total de Capas com a presidenta Dilma Rousseff (2011 - 2014)							13	100

(*) Foram consideradas as consultas realizadas em datas mais próximas das publicações selecionadas

FONTE: a autora

Conforme a figura acima, a distribuição de capas veiculando a imagem de Dilma Rousseff foi crescente, obtendo uma capa nos anos de 2011 e 2012, três capas em 2013 e oito capas em 2014. No entanto, das treze capas, cinco delas coincidem diretamente com as consultas de avaliação de governo realizadas pelo Instituto Datafolha. Das cinco capas analisadas onde houve uma correspondência direta entre a consulta Datafolha e capa, três apresentaram tom misto (edições 2314, 2382 e 2389) e duas tom negativo (2367 e 2397). Cabe ressaltar que a Edição 2314 coincide como o pico de avaliação positiva do governo Dilma (65%) e a edição 2382 coincide com o pico de avaliação negativa (29%) do governo Dilma que foi relacionada com eleições e pode ser considerada com um tom misto, sem posicionamento claro na capa da revista. As temáticas estavam relacionadas com política internacional (Edição 2314), economia (2367), eleições (2382 e 2389) e corrupção (2397) (APÊNDICE A).

A Revista Isto É teve 7 edições com capas utilizando a imagem da presidenta Dilma Rousseff (TAB. 2)

TABELA 2 – Relação entre as edições da Revista Isto É com capas veiculando a imagem da presidenta Dilma Rousseff e as consultas de avaliação de governo do Instituto Datafolha (2011 a 2014)

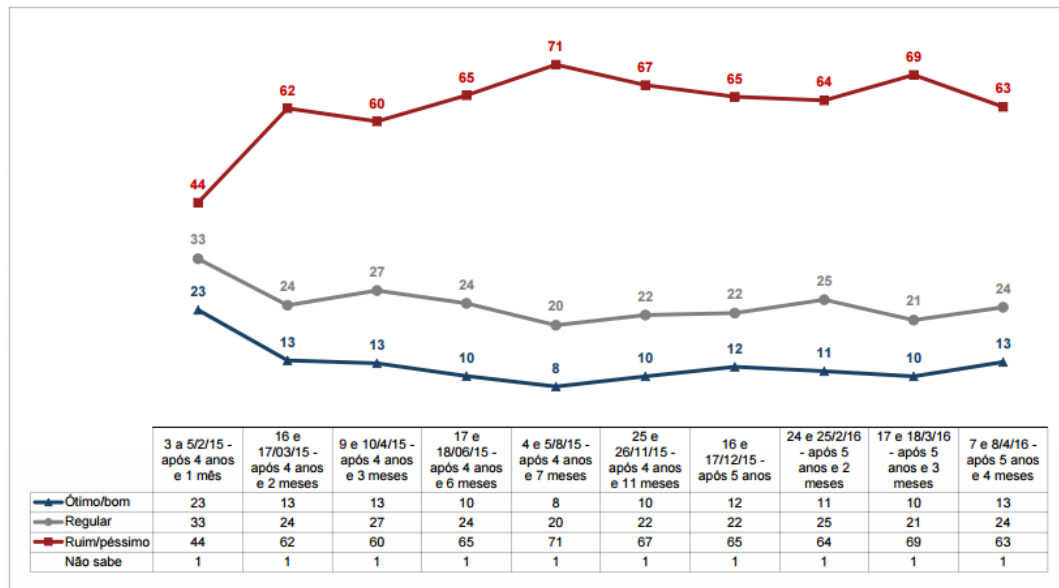
Nº	Edição	Data	Consultas Datafolha (*)	Avaliação Negativa (%)	Avaliação Positiva (%)	Ano	Nº Capas/Ano	% Capas (2011-2014)
1	2187	12/10/2011	---	---	---	2011		
2	2195	07/12/2011	---	---	---	2011	2	28,6
3	2243	07/11/2012	---	---	---	2012		
4	2250	26/12/2012	13/12/2012	7	62	2012	2	28,6
5	2319	07/05/2014	7 e 8/05/2014	26	35	2014		
6	2344	29/10/2014	20/10/2014	42	20	2014	3	42,9
7	2345	05/11/2014	---	---	---	2014		
Total de Capas com a presidenta Dilma Rousseff (2011 - 2014)						---	7	100

(*) Foram consideradas as consultas realizadas em datas mais próximas das publicações selecionadas

FONTE: a autora

Na Revista Isto É, no mesmo período, foram veiculadas três capas relacionadas aos períodos de avaliação de governo (DATAFOLHA, 2015), duas com tom misto (edição 2250 e 2319) e uma com tom negativo (2344). Cabe salientar que a edição 2250 coincide com o pico de avaliação positiva da presidenta (65%). As temáticas das capas estão relacionadas as eleições (2319 e 2344) e uma temática relativa à retrospectiva de 2012 (edição 2250) que deverá ser melhor estudada, pois no site que armazena as capas não foi possível ler integralmente o texto (APÊNDICE B).

No segundo mandato (2015-2016), foram efetuadas 10 consultas de avaliação de governo pelo Instituto Datafolha (2016). Nesse período predominou a avaliação negativa relacionada ao governo Dilma Rousseff (FIG. 2).



Fonte: Na sua opinião a presidente Dilma está fazendo um governo ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo?
Base: Total da amostra - Brasil

FONTE: DATAFOLHA, 2016, n.p.

FIGURA 2 - Evolução da avaliação do governo de Dilma Rousseff – 2º mandato (estimulada e única, em %)

Como mostra a figura acima, o governo Dilma recebeu o maior índice de avaliação como Ruim/Péssimo, mesmo se for considerado o período que compreendeu o primeiro mandato (71%). Tal índice foi obtido em consulta realizada entre os dias 4 e 5 de agosto de 2015. O referido índice de reprovação foi o maior entre os presidentes eleitos no Brasil, equivalente ao do presidente Fernando Collor de Mello, com reprovação de 68% em consulta realizada entre os dias 2 e 3 de setembro de 1992, meses antes da cassação de seu mandato, em dezembro do mesmo ano (DATAFOLHA, 2015).

Durante o segundo mandato, pode-se observar que a imagem da presidenta Dilma Rousseff foi utilizada em capas de 12 edições da Revista Veja (TAB. 3).

TABELA 3 – Relação entre as edições da Revista Veja com capas veiculando a imagem da presidenta Dilma Rousseff e as consultas de avaliação de governo do Instituto Datafolha (2015 e 2016)

Nº	Edição	Data	Consultas Datafolha (*)	Avaliação Negativa (%)	Avaliação Positiva (%)	Ano	Nº Capas/Ano (2015-2016)	% Capas (2015-2016)
1	2407	14/01/2015	---	---	---	2015		
2	2409	28/01/2015	---	---	---	2015		
3	2417	25/03/2015	16 a 17/03/2015	62	13	2015		
4	2434	15/07/2015	---	---	---	2015		
5	2446	14/10/2015	---	---	---	2015	9	75
6	2447	21/10/2015	---	---	---	2015		
7	2448	28/10/2015	---	---	---	2015		
8	2455	09/12/2015	---	---	---	2015		
9	2456	16/12/2015	16 e 17/12/2015	65	12	2015		
10	2467	03/02/2016	---	---	---	2016		
11	2474	20/04/2016	---	---	---	2016	3	25
12	2477	11/05/2016	---	---	---	2016		
Total de Capas com a presidenta Dilma Rousseff (2015 - 2016)							12	100

(*) Foram consideradas as consultas realizadas em datas mais próximas das publicações selecionadas

FONTE: a autora

Duas capas da Revista Veja coincidem com as avaliações de governo, a saber, as edições 2417 e 2456, ambas com tom negativo. A temática da capa 2456 está relacionada com economia e a edição 2417 deverá ser melhor analisada com o apoio do texto integral da matéria de capa (APÊNDICE C).

A Revista Isto É publicou 25 edições com capas utilizando a imagem da presidenta Dilma Rousseff (TAB. 4).

TABELA 4 – Relação entre as edições da Revista Isto É com capas veiculando a imagem da presidenta Dilma Rousseff e as consultas de avaliação de governo do Instituto Datafolha (2015 e 2016)

Nº	Edição	Data	Consultas Datafolha (*)	Avaliação Negativa (%)	Avaliação Positiva (%)	Ano	Nº Capas/Ano	% Capas (2015-2016)
1	2360	25/02/2015	3 a 5/02/2015	44	23	2015		
2	2371	13/05/2015	---	---	---	2015		
3	2379	08/07/2015	---	---	---	2015		
4	2381	22/07/2015	---	---	---	2015		
5	2386	26/08/2015	4 e 5/08/2015	71	8	2015		
6	2389	16/09/2015	---	---	---	2015	11	44
7	2390	23/09/2015	---	---	---	2015		
8	2391	30/09/2015	---	---	---	2015		
9	2394	21/10/2015	---	---	---	2015		
10	2401	09/12/2015	---	---	---	2015		
11	2402	16/12/2015	16 e 17/12/2015	65	12	2015		
12	2412	02/03/2016	---	---	---	2016		
13	2414	16/03/2016	17 e 18/03/2016	69	10	2016		
14	2415	23/03/2016	17 e 18/03/2016	69	10	2016		
15	2416	30/03/2016	---	---	---	2016		
16	2417	06/04/2016	7 e 8/04/2016	63	13	2016		
17	2418	13/04/2016	7 e 8/04/2016	63	13	2016		
18	2419	20/04/2016	---	---	---	2016	14	56
19	2421	29/04/2016	---	---	---	2016		
20	2422	06/05/2016	---	---	---	2016		
21	2426	03/06/2016	---	---	---	2016		
22	2427	10/06/2016	---	---	---	2016		
23	2431	07/08/2016	---	---	---	2016		
24	2436	12/08/2016	---	---	---	2016		
25	2438	26/08/2016	---	---	---	2016		
Total de Capas com a presidenta Dilma Rousseff (2015 - 2016)							25	100

(*) Foram consideradas as consultas realizadas em datas mais próximas das publicações selecionadas

FONTE: a autora

Na Revista Isto É foram veiculadas sete capas relacionadas aos períodos de avaliação de governo, a saber, as edições 2360, 2386, 2402, 2414, 2415, 2417 e 2418. Todas com tom negativo. Cabe salientar que a edição 2417 coincide com o pico de avaliação negativa da presidenta (71%). As temáticas das capas estão relacionadas com o processo de impeachment da presidenta (2415, 2417 e 2418), com política interna (2402) e com corrupção (2414). Uma das capas não foi possível concluir a temática por falta de informação disponível. Deverá ser apurada em pesquisa posterior (APÊNDICE D).

Conclusão

Com base no levantamento efetuado nas edições das Revistas Veja e Isto É durante os períodos que correspondem ao primeiro mandato (2011-2014) e o segundo mandato (2015-2016) da presidenta Dilma Rousseff, é possível constatar o interesse das revistas pelos períodos relacionados com as avaliações negativas do governo Dilma Rousseff, segundo consultas do Instituto Datafolha (2015; 2016).

Se considerarmos que a revistas são semanais e que temos 208 edições publicadas em quatro anos, as 13 capas com a imagem de Dilma Rousseff representam 6,25%. No segundo mandato o total de revistas foram 104 e 12 capas veicularam a imagem da presidenta, representando 11,54% das edições do segundo mandato. Ou seja, o segundo mandato recebeu quase o dobro de capas veiculando a imagem de Dilma Rousseff na metade do tempo, recebendo quase o dobro de atenção frente ao primeiro mandato.

Nos dois períodos foram registrados dados históricos de avaliação de governo, segundo o Datafolha (2015, n.p.), a saber, no primeiro, o maior percentual de avaliação positiva (Ótimo/Bom) depois do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (65%) e no segundo o maior percentual de avaliação negativa (Ruim/Péssimo) dentre os presidentes eleitos com voto direto no Brasil (71%).

Além disso, no primeiro mandato, o posicionamento noticioso das capas da Revista Veja variou entre misto e negativo, de acordo com a análise do tom da notícia, segundo Parry (2010), não acompanhando a percepção da população a respeito do governo em questão.

Na Revista Isto É o percentual de publicações do descompasso entre as capas veiculadas da presidenta Dilma Rousseff e as avaliações do governo entre o primeiro e o segundo mandato é ainda mais significativo, prevalecendo o tom negativo nos dois períodos. A saber, foram 3,36% de capas veiculando a imagem de Dilma no primeiro mandato e 24% no segundo, o que significa um interesse 8 vezes maior pelo segundo mandato, onde as avaliações são predominantemente negativas.

Considerando a natureza da imagem produzida no jornalismo de revista, a ilustração fotográfica, que são capazes de gerar de “gerar um determinado efeito” (SOUSA, 2004, p. 126), ou interpretação, o presente estudo permite afirmar a importância do projeto e a necessidade de ampliar o monitoramento das revistas consideradas de referência no país como forma de efetuar a contextualização adequada da imagem pública de Dilma Rousseff enquanto presidenta da república, identificando os elementos constitutivos que fortalecem e fragilizam a referida imagem nos meios de comunicação impressos.

O questionamento que irá direcionar os próximos passos de análise e coleta de dados está relacionado ao comportamento da agenda noticiosa em índices de avaliação de governo, o aprofundamento dos conceitos de visibilidade e ocultamento (WEBER, 2004; 2009) em contraponto com o de visibilidade e reconhecimento (GOMES, 2004), bem como explorar a análise da temática e a construção das imagens em si.

Referências

- ANTUNES, Luiza C. **Panorama do Fotojornalismo: Análise das fotografias de Evandro Teixeira**. Monografia. Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2007. Disponível em: http://www.com.ufv.br/pdfs/tccs/2007/2007_luizaantunes_fotoevandroteixeira.pdf. Acesso em: abr., 2017.
- AZEVEDO, Fernando A. Agendamento da política. In: **RUBIM, AAC Comunicação e política: conceitos e abordagens**. São Paulo: Editora Unesp, p. 41-71, 2004.
- BARBARA, L.; GOMES, Maria C. A. A representação de Dilma Rousseff pela mídia impressa brasileira: analisando os processos verbais. **Letras**, n. 40, p. 67-92, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/12026/7438>. Acesso em: abr., 2017.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. **Obras escolhidas**, v. 1, 1985. Disponível em: <http://www.laramaria.com.br/estetica/8%20%20REPRODUTIBILIDADE%20TECNICA.doc>. Acesso em: abr., 2017.
- BRANTNER, C.; LOBINGER, K.; WETZSTEIN, I. Effects of visual framing on emotional responses and evaluations of news stories about the Gaza conflict 2009. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 88, n. 3, p. 523-540, 2011.
- BUTLER, J. **Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- CORRIGALL-BROWN, C.; WILKES, R. Picturing protest: The visual framing of collective action by first nations in Canada. **American Behavioral Scientist**, doi: 10.1177/0002764211419357, 2011.
- DATAFOLHA. **Avaliação da presidente Dilma Rousseff**, 2015. Disponível em: http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2015/08/06/avaliacao_dilma_agosto_2015.pdf. Acesso em: abr., 2017.

- _____. **Avaliação do presidente Michel Temer**, 2016. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2016/07/20/av-presidente-michel-temer-completa.pdf>. Acesso em: abr., 2017.
- DUBOIS, P. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas, SP: Papirus, 1993.
- ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.
- _____. Framing bias: Media in the distribution of power. **Journal of Communication**, v. 57, n. 1, p. 163-173, 2007.
- FAHMY, S.; KELLY, James D.; KIM, Yung S. What Katrina revealed: A visual analysis of the hurricane coverage by news wires and US newspapers. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 84, n. 3, p. 546-561, 2007.
- GOFFMAN, E. **Frame analysis: An essay on the organization of experience**. Harvard University Press, 1974.
- GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- _____. Esfera Pública Política. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia: problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MANINI, Míriam P. **Análise documentária de fotografias: um referencial de leitura de imagens fotográficas para fins documentários**. 2002. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.
- MARLAND, A. Political photography, journalism, and framing in the digital age: The management of visual media by the prime minister of Canada. **The International Journal of Press/Politics**, v. 17, n. 2, p. 214-233, 2012.
- MAUAD, Ana M. **Através da imagem: Fotografia e história interface**. Tempo, Rio de Janeiro, vol. 1, n. 2, 1996, p. 73-98. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/tempo/artigos_dossie/artq2-4.pdf>. Acesso em: abr., 2017.
- _____. Na Mira do Olhar: Um Exercício de Análise da Fotografia nas Revistas Ilustradas Cariocas, na Primeira Metade do Século XX. **Anais do Museu Paulista**. São Paulo. N. Sér. v.13. n.1.p. 133-174. Universidade de São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/anaismp/v13n1/a05v13n1.pdf>. Acesso em: abr., 2017.
- MIGUEL, Luis F. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, v. 6, n. 55, p. 155-184, 2002.
- MOLINA, M. Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional. São Paulo: Globo, 2007.
- OLIVEIRA, Erivam M.; VICENTINI, A. **Fotojornalismo: uma viagem entre o analógico e o digital**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- PAN, Z.; KOSICKI, Gerald M. Framing analysis: An approach to news discourse. **Political communication**, v. 10, n. 1, p. 55-75, 1993. doi:10.1080/10584609.1993.9962963.
- PARRY, K. A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel-Lebanon conflict. **Media, War & Conflict**, v. 3, n. 1, p. 67-85, 2010.
- _____. Images of liberation? Visual framing, humanitarianism and British press photography during the 2003 Iraq invasion. **Media, Culture & Society**, v. 33, n. 8, p. 1185-1201, 2011.
- SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. Pioneira Thomson Learning : São Paulo, 2005.
- SCHUDSON, M. The news media as political institutions. **Annual review of political science**, v. 5, n. 1, p. 249-269, 2002.

SOUSA, Jorge P. Uma história crítica do fotojornalismo ocidental. 2000. Disponível em: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35945029/HISTORIA-CRITICA-DO-FOTOJORNALISMO-OCIDENTAL.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1487286569&Signature=N6iyyCjg9bl%2B8k1txiGuWilxfAk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DUMA_HISTORIA_CRITICA_DO_FOTOJORNALISMO_O.pdf. Acesso em: abr., 2017.

_____. Fotojornalismo—Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. [On-line]. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>. Acesso em: abr., 2017.

WEBER, Maria H. Imagem pública. In: **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, p. 259-307, 2004.

_____. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **Eco (UFRJ)**, v. 12, p. 79-94, 2009.

ZAMIN, A. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista Famecos**, PUCRS, Porto Alegre, v. 21, n. 3, 2014.

APÊNDICE A

Revista Veja: Capas com a imagem de Dilma Rousseff com avaliação de governo associada (2011 a 2014)

REVISTA/ EDIÇÕES	IMAGEM			Texto	
	VEJA	Tipo	Tom	Capa	Transcrição
2314	Ilustração fotográfica	misto		À sombra do Papa: A fé e o carisma de Francisco conquistaram o coração do povo - e sua influência na política da América Latina será uma bênção	Política Internacional
2367	Ilustração	negativo		Por que quando Dilma Cai a bolsa sobe	Economia
2382	Ilustração fotográfica	misto		Vai sobrar para ela? 10 analistas opinam se o mau humor com a derrota da seleção vai prejudicar Dilma nas eleições	Eleições
2389	Ilustração	misto		Como Dilma e Aécio tentam parar Marina: A quatro semanas das eleições, os dois contendores revelam suas estratégias para segurar o fenômeno eleitoral que disparou na frente	Eleições
2397	Ilustração fotográfica	negativo		Eles sabiam de tudo Petrolão: O doleiro Alberto Youssef, caixa do esquema de corrupção da Petrobras, revelou à Polícia Federal e ao Ministério Público, na terça-feira passada, que Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações da estatal	Corrupção



APÊNDICE B

Revista Isto É: Capas com a imagem de Dilma Rousseff com avaliação de governo associada (2011 a 2014)

REVISTA/ EDIÇÕES	IMAGEM			Texto	
	ISTO É	Tipo	Tom	Capa	Transcrição
2250	Ilustração Fotográfica	Misto		Retrospectiva 2012: O ano da verdade	---
2319	Ilustração Fotográfica	Misto		Eleição presidencial deve ter segundo turno	Eleições
2344	Ilustração Fotográfica	Negativo		Uma campanha montada na mentira	Eleições

APÊNDICE C

Revista Veja: Capas com a imagem de Dilma Rousseff com avaliação de governo associada (2015 e 2016)

REVISTA/ EDIÇÕES	IMAGEM			Texto	
	VEJA	Tipo	Tom	Capa	Transcrição
2417	Ilustração	Negativo		Sem texto	---
2456	Ilustração Fotográfica	Negativo		A máquina do atraso de Dilma: como a presidente fez a indústria retroceder 65 anos, a política econômica voltar ao tempo do estatismo militar, a recessão punir os brasileiros como não ocorria desde 1991 e a inflação de 10% rugir depois de treze anos domada	Economia

APÊNDICE D

Revista Isto É: Capas com a imagem de Dilma Rousseff com avaliação de governo associada (2015 e 2016)

REVISTA/ EDIÇÕES	IMAGEM			Texto	
	ISTO É	Tipo	Tom	Capa	Transcrição
2360	Ilustração Fotográfica	Negativo		Cadê a 'pátria educadora'? Como a prática do governo Dilma desmente seu discurso e prejudica milhões de estudantes brasileiros. Traição aos bolsistas do FIES, Atrasos nos recursos do PRONATEC, Cortes no orçamento da educação, Notas baixas no ensino básico.	Educação
2386	Ilustração Fotográfica	Negativo		Bye Bye Brasil (texto de apoio sem condições de leitura)	---
2402	Ilustração Fotográfica	Negativo		PMDB trilha o próprio caminho Com um programa de governo estruturado, sob o comando de Michel Temer, o partido tem a chance de voltar a liderar o País, deixando para trás a marca de coadjuvante político.	Política Interna
2414	Ilustração Fotográfica	Negativo		Exclusivo: Delação de Delcídio / Erenice operou propinas na campanha de 2014: o senador revela que a ex-ministra Erenice Guerra comandou um esquema na usina de Belo Monte que desviou R\$45 milhões para as campanhas de PT e PMDB	Corrupção
2415	Ilustração Fotográfica	Negativo		Basta! (texto de apoio sem possibilidade de leitura)	Impeachment
2417	Ilustração Fotográfica	Negativo		As explosões nervosas da presidente: em surtos de descontrole com a iminência de seu afastamento e completamente fora de si, Dilma Rousseff quebra móveis dentro do Palácio, grita com subordinados, xinga autoridades, ataca poderes constituídos e perde (também) as condições emocionais para conduzir o País	Impeachment
2418	Ilustração Fotográfica	Negativo		O mensalão do Impeachment: planalto volta a comprar apoio num último esforço para livrar a presidente do impeachment	Impeachment